

**EVALUASI KEBIJAKSANAAN PEMASARAN HASIL PRODUKSI
PT. ABS RUBBER WORKS
MEDAN**

Oleh :

NURUL ASHADI
94 830 0078



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2006**

**EVALUASI KEBIJAKSANAAN PEMASARAN HASIL PRODUKSI
PT. ABS RUBBER WORKS
MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

NURUL ASHADI
94 830 0078

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Studi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Medan Area

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 0 6**

Judul Skripsi : EVALUASI KEBIJAKSANAAN PEMASARAN HASIL PRODUKSI PT. ABS RUBBER WORKS MEDAN

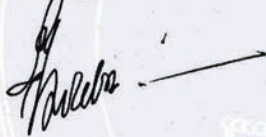
Nama Mahasiswa : NURUL ASHADI

No. Stambuk : 94.830.0078

Jurusan : MANAJEMEN

Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



(Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM)

Pembimbing II



(Amrin Mulia Utama, SE, MM)

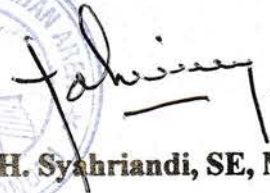
Mengetahui :

Ketua Jurusan



(Drs. H. Jhon Hardy, MSi)

Dekan



(Drs. H. Syahriandi, SE, MSi)

Tanggal Lulus : 28 Oktober 2006

RINGKASAN

Nurul Ashadi " Evaluasi Kebijakan Pemasaran Hasil Produksi PT. Abs Rubber Work Medan ", suatu tinjauan " (Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak Amrin Mulia Utama, SE, MM selaku Pembimbing II).

PT. ABS Rubber Works Medan adalah perusahaan swasta yang memproduksi ban dalam dan ban luar sepeda dan sepeda motor, yang didirikan pada tahun 1972 dan bentuk strukturnya berbentuk organisasi fungsional.

Salah satu masalah yang harus diperhatikan perusahaan sebelum memproduksi barang tertentu adalah sistem dan cara pemasarannya, karena sistem pemasaran yang dilaksanakan akan mempengaruhi secara langsung terhadap operasi perusahaan. Artinya apabila penjualan menurun, maka produksi akan menurun. Sebaliknya jika penjualan naik, maka produksinya pun akan dapat ditingkatkan.

Oleh sebab itu setiap perusahaan harus selalu berusaha untuk memasarkan produksi dengan sebaik – baiknya. Demikian juga dengan PT. ABS Rubber Works Medan, dimana volume penjualan hasil produksinya selalu mengalami penurunan pada setiap tahunnya, sehingga produksi tidak dapat ditingkatkan.

Untuk itu penulis mengutarakan Hipotesa sebagai berikut :

1. Perusahaan kurang menyadari pentingnya saluran distribusi dalam memasarkan produksinya.
2. Perusahaan kurang bijaksana didalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain yang menghasilkan barang – barang sejenis.
3. Perusahaan kurang mempromosikan produksinya sehingga kurang dikenal masyarakat.

Setelah penelitian, analisa dan evaluasi serta kesimpulan maka diberi saran sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu meninjau kembali saluran distribusi yang digunakan selama ini.
2. Perusahaan hendaknya memikirkan cara yang lebih efektif dan efisien dalam hal memasarkan hasil produk dari perusahaan tersebut.
3. Perusahaan harus menambah promosi pada setiap tahunnya baik melalui surat kabar maupun melalui radio dan media cetak lainnya.
4. Sebelum menghasilkan suatu produk, hendaknya perusahaan mengadakan riset pasar agar produk yang akan dihasilkan dapat diterima oleh pasar (konsumen).
5. Perusahaan hendak memberikan kredit kepada perusahaan yang melakukan pembelian dalam jumlah besar agar dapat menjadi pembeli secara terus menerus.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah Swt, karena berkat taufiq dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian tak lupa shalawat dan salam penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad Saw beserta para sahabatnya dan keluarganya.

Adapun penulis dari skripsi ini merupakan suatu kelaziman dan persyaratan sebagai buah karya untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terdapat kekurangan baik dalam penyampaian, bahasa dan kata maupun dalam hal penyajian. Namun penulis berusaha untuk menghasilkan yang terbaik dan berguna untuk semua adapun judul skripsi ini adalah " Evaluasi Kebijakan Pemasaran Hasil Produksi PT. Abs Rubber Work Medan ".

Teristimewa sekali dalam penyelesaian skripsi ini penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM dan Bapak Amrin Mulia Utama, SE, MM yang telah bersusah payah dan tidak jemu – jemu memberi bimbingan, pengarahan dan petunjuk sehingga dalam penulisan skripsi ini segala kesulitan dapat diatasi.

Dengan hati tulus dan ikhlas penulis ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulisan skripsi yang kiranya dapat penulis sampaikan kepada

1. Bapak Ir. Zulkamain Lubis, Msi selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. H. Syahriandi, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM selaku pembimbing I dan Bapak Amrin Mulia Utama, SE, MM selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area seluruhnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu namanya, baik secara langsung maupun tidak langsung, beliau – beliau ini telah berjasa membimbing penulis dalam menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Bapak Pimpinan dan seluruh karyawan/i, PT. ABS Rubber Works Medan, yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data guna menyusun skripsi ini.
6. Saya ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada kedua (Alm) orang tua saya dan istri saya yang bernama JUNAINI dan anak – anak saya dan seluruh keluarga yang bersusah payah membimbing serta memberikan bantuan moril dan material selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
7. Saya ucapkan terima kasih kepada Abang dan Kakak saya khususnya kepada Dra.Suratini (Kak Nani), Suratmia (Kak Mia) yang mana telah membantu baik itu do'a maupun materil dan spesial dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas jerih payah yang telah diberikan, semoga Tuhan Yang Maha Esa akan membalas kebaikan dan memberikan rahmat-Nya kepada kita semua.

Mudah – mudahan skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya.

Medan, 2006
Penulis,

(NURUL ASHADI)

Daftar Isi

	Halaman
Ringkasan.....	i
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar	vii
Dafta Tabel.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Hipotesis.....	2
D. Luas dan Tujuan Penelitian	3
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
F. Metode Analisis.....	5
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian dan Arti Pentingnya Pemasaran.....	7
B. Kebijakan Pemasaran	12
C. Pengertian Segmentasi Pasar.....	15
D. Bauran Pemasaran.....	17
BAB III PT. ABS RUBBER WORKS MEDAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	19
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	19
2. Struktur Organisasi.....	21
3. Kegiatan Perusahaan	34

B. Penentuan Sekmen Pásar.....	38
C. Kebijaksanaan Pemasaran yang di terapkan.....	44
D. Penerapan Bauran Pemasaran Produk	45
E. Jumlah Produksi dan Volume Penjualan Produk	48
F. Hambatan – hambatan yang di hadapi	50
BAB IV ANALISA DAN EVALUASI.....	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Salah satu hal yang penting harus diperhatikan perusahaan sebelum memproduksi suatu barang tertentu adalah bagaimana cara pemasarannya, karena kebijaksanaan pemasaran yang dipergunakan akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan.

Dengan demikian kebijaksanaan pemasaran yang tepat merupakan hal yang sangat menentukan bagi perusahaan yang bergerak dalam produksi barang – barang yang dihasilkannya, agar apa yang merupakan tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Ini berarti penerapan kebijaksanaan pemasaran perlu mendapat perhatian yang serius dari Pimpinan perusahaan agar kelangsungan hidup perusahaan dan berkembang dalam melaksanakan kegiatan pemasaran barang – barang maupun jasa – jasa yang dihasilkan. Namun didalam praktek banyak perusahaan yang kurang memperhatikan kebijaksanaan pemasarannya sehingga kegiatan pemasaran yang salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi adalah PT ABS RUBBER WORK MEDAN. Perusahaan tersebut menghasilkan Ban untuk jenis kendaraan. Perusahaan ini dipilih oleh penulis sebagai objek penelitian disebabkan beberapa alasan antara lain dari segi historisnya perusahaan tersebut sudah lama berdiri, dan

tersedianya data yang akurat untuk diambil dalam melengkapi tulisan ini. Disamping itu juga perusahaan ini menerapkan kebijaksanaan pemasaran yang menurut penulis layak untuk diteliti dan juga kesediaan dari pimpinan perusahaan di jadikannya perusahaan ini sebagai objek penelitian.

Berdasarkan alasan tersebut, maka penulis memilih judul tulisan ini " EVALUASI KEBIJAKSANAAN PEMASARAN HASIL PRODUKSI PT ABS RUBBER WORK MEDAN ".

B. Perumusan Masalah.

Dari penelitian pendahuluan yang penulis lakukan pada PT ABS RUBBER WORK MEDAN, menunjukkan masalah yang dihadapinya adalah sebagai berikut : " Volume penjualan produk ban menunjukkan adanya penurunan terus menerus setiap tahunnya dari target yang telah ditetapkan oleh perusahaan".

Dan apabila keadaan ini berlangsung terus menerus mungkin hal ini berakibat kelangsungan hidup perusahaan akan terancam.

C. Hipotesis

Sehubungan dengan masalah yang ditemukan diatas, maka hipotesis yang diajukan penulis dari masalah tersebut adalah sebagai berikut:

DAFTAR PUSTAKA

- Assuari, *Manajemen Pemasaran & Konsep dan Strategi*, Edisi Ke III, Jakarta, 1997,
- DR. Winardi. SE, *Manajemen Pemasaran, (Marketing Manajemen)* Cetakan ke II,CV. Sinar Pertama, BPFE, Yogyakarta, 1995,
- D.Amarchand B. Vardarajat dikutip oleh winardi, *Manajernen Pemasaran*, Cetakan Ke II 1991,
- Glueck dan Jauch, *Managemen Starategi*, Erlangga, Jakarta, 1996,
- Herry Ford, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, Edisi Pertama, Jakarta, Rajawali, 1997,
- Kotler, *Managemen Pemasaran*, Edisi Ke III, Erlangga, 1993,
- Nitisemito, *Marketing*, Edisi Ke VI, Jakarta, Ghalia Indonesia, 1994
- Radiosunu, *Marketing MIX*, Suatu pendekatan Analisis, Edisi Ke Enam, BPFE, Yogyakarta,1993,
- Swasta, *Manajemen Penjualan*, Cetakan Ke II Edisi Ke 3, Yogyakarta, 1998,
- Stanton, *Taktik dan Strategi Pemasaran*, Cetakan Ke V ,1994,
- Soehardi, *Marketing Peraktis*, Cetakan Ke VII, Armaurita, Yogyakarta, 1992,
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset, 1995,
- W.J. Stanton dan R.H. Buskirk, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan D.H Gulo, Erlangga, Jakarta, 1996
- Zulkarnain, et-al, *Managemen Pemasaran Statistik*, 1997,